# verksamhetsplan 2021–2022 HANDLINGSPLAN för REGIONKONTOR:

Medlemstillväxt i regionen på 2% årligen och medlemsbalans i samtliga föreningar.

## STOLTA MEDARBETARE

## MÅL: eNPS

## FOKUSOMRÅDE: DELAKTIGHET

|  |  |
| --- | --- |
| VAD? | Verksamhetsutveckling |
| NÄR? | Löpande under 2021 och 2022 |
| HUR? | Masterplan, strukturer för processer, tydliga rutiner, föreningsutveckling, analyser, operativt arbete, mm. |
| VARFÖR? | Utveckla såväl verksamheten som ökad delaktighet hos medarbetarna. |
| VEM? | Magnus N:son Engelbäck |
| UPPFÖLJNING | Veckovis på regionkontorets avstämningsmöten samt vid regionkontorets planeringsdagar |

|  |  |
| --- | --- |
| VAD? | Planeringsdagar för regionkontoret |
| NÄR? | December och juni, dock senast januari och augusti 2021 och 2022 |
| HUR? | Två dagars planeringsdagar med tydlig agenda för att utveckla och planera regionkontorets arbete för kommande halvår |
| VARFÖR? | Stärka gemenskapen, öka delaktigheten och skapa gemensamma synsätt och arbetssätt samt utveckla processer och metoder |
| VEM? | Magnus N:son Engelbäck |
| UPPFÖLJNING | Efter varje planeringstillfälle görs en utvärdering för att förbättra inför nästa tillfälle |

|  |  |
| --- | --- |
| VAD? | Delta på nationella aktiviteter |
| NÄR? | Då tillfälle ges delta på ex; måndagsmöten, regionsamordnarträffar, advisory board, kongress, årsmöten, förtroendevaldakickoffer, Årets Företagare mm |
| HUR? | Delta fysiskt eller digitalt |
| VARFÖR? | Ökad delaktighet, förståelse, kunskap, inspiration, erfarenheter och gemenskap med hela organisationen. |
| VEM? | Samtliga medarbetare tar ansvar för att närvara och hålla sig uppdaterad |
| UPPFÖLJNING | Vid veckoavstämningar |

## STOLTA MEDLEMMAR

## MÅL: NPS, NYREKRYTERING, LOJALITET

## FOKUSOMRÅDEN: UPPLEVELSE, VÄRDESKAPANDE, BERÄTTANDE

|  |  |
| --- | --- |
| VAD? | Kommunikation |
| NÄR? | Övergripande kommunikationsstrategi (bilaga 1) för regionen skapas inför 2021 samt 2022. Det operativa arbetet med att skapa innehåll till kanalerna sker löpande under årets utifrån strategin |
| HUR? | Veckovis 2-3 kvalitativa inlägg (filmer, reportage, intervjuer, lokala/regionala frågor och händelser) på Facebooksida samt på Instagram och LinkedIn.  Nyheter på hemsida  Nyhetsbrev regionalt månadsvis |
| VARFÖR? | Rekrytera nya medlemmar, öka lojaliteten, berätta om vårt arbete, lyfta medlemmar och förtroendevalda, öka synligheten och skapa stolthet. |
| VEM? | Martin Carling, Magnus N:son Engelbäck |
| UPPFÖLJNING | Vecko-/månadsvisa uppföljningar utifrån statistik |

|  |  |
| --- | --- |
| VAD? | Prioriterade målgrupper (soloföretagare, tjänsteföretag i storstad, större företag, unga) |
| NÄR? | Projektet pågår 2021 och 2022 |
| HUR? | Planera och genomföra aktiviteter som riktar sig till våra prioriterade målgrupper, tex ”Företagardagar”, samt skapa aktiviteter med våra samarbetspartners |
| VARFÖR? | Värdeskapande för deltagande medlemmar samt attraktivt för potentiella medlemmar |
| VEM? | Samtliga medarbetare på regionkontoret, Magnus Eriksson |
| UPPFÖLJNING | Projektutvärdering löpande på möten samt vid avslutat projekt |

|  |  |
| --- | --- |
| VAD? | 1-åringar |
| NÄR? | Löpande under året |
| HUR? | Peppa föreningarna att genomföra aktiviteter för 1-åringar, där det passar bra, ihop med närliggande föreningar |
| VARFÖR? | För att öka lojaliteten och engagemanget hos nya medlemmar |
| VEM? | Föreningarna, regionen bistår med underlag, mallar och tips på aktiviteter samt koordinerar och samordnar träffar, Martin Carling |
| UPPFÖLJNING | PowerBI, löpande utvärdering med föreningarna |

|  |  |
| --- | --- |
| VAD? | Välkomstsamtal nya medlemmar |
| NÄR? | Löpande |
| HUR? | Peppa föreningarna att genomföra välkomstsamtal till nya medlemmar |
| VARFÖR? | Skapa delaktighet och engagemang |
| VEM? | Föreningarna med stöd från regionen |
| UPPFÖLJNING | PowerBI, uppföljningsmöten med föreningarna |

|  |  |
| --- | --- |
| VAD? | Nationella opinionsbildande kampanjer, tex tårtkampanjen |
| NÄR? | Enligt Företagarnas årsplanering |
| HUR? | Delta i organisationens gemensamma kampanjer |
| VARFÖR? | Driva opinion, synliggöra värdet av medlemskapet |
| VEM? | Föreningarna, alla medarbetare på regionkontoret, Magnus N:son Engelbäck |
| UPPFÖLJNING | Gemensam uppföljning med riks |

|  |  |
| --- | --- |
| VAD? | Riksdagsledamöter och beslutsfattare, etablera och upprätthålla kontakt, informera och lobba i viktiga frågor |
| NÄR? | Löpande |
| HUR? | Initiera möten, samtal och bjuda in till våra aktiviteter, i samarbete med föreningarna |
| VARFÖR? | Påverka företagarklimatet, ladda medlemskapet med värde genom att vi påverkar |
| VEM? | Magnus N:son Engelbäck |
| UPPFÖLJNING | Utvärderas efter genomförda möten |

|  |  |
| --- | --- |
| VAD? | Årets Företagare, Årets Unga Företagare |
| NÄR? | Löpande, senast april 2021 och 2022 |
| HUR? | Peppa föreningarna att utse lokala vinnare |
| VARFÖR? | Skapa delaktighet och engagemang, stärka varumärket |
| VEM? | Föreningarna med stöd från regionen, Martin Carling |
| UPPFÖLJNING | Uppföljningsmöten med föreningarna |

## STOLTA FÖRTROENDEVALDA

## MÅL: NPS

## FOKUSOMRÅDE: GÖRA SKILLNAD

|  |  |
| --- | --- |
| VAD? | Regionala kickoffer - Höstkonferens |
| NÄR? | Hösten 2021 och hösten 2022 |
| HUR? | Lunch-lunch konferens med kunskap, energi och inspiration. |
| VARFÖR? | Ge energi, kunskap, möjlighet till erfarenhetsutbyten och kontakter samt bygga på känslan av att vi är en organisation (riks, region, lokalt) |
| VEM? | Samtliga medarbetare på regionkontoret |
| UPPFÖLJNING | Enkät skickad efteråt för att utvärdera |

|  |  |
| --- | --- |
| VAD? | Regioninformation samt ordförandemöten |
| NÄR? | Ordförandemöten 3-4 gånger per åt med utvalda teman (digitala eller fysiska) |
| HUR? | På ordförandemötena inspirera varandra, dela erfarenheter och bygga en vi-känsla i organisationen, deltagande experter från riks. |
| VARFÖR? | Hålla informationen samlad och till en kanal och med samma frekvens samt återkommande forum för erfarenhetsutbyten. |
| VEM? | Magnus N:son Engelbäck |
| UPPFÖLJNING | Utvärderas vid den årliga kickoffen (Höstkonferensen) hur informationsflödet ska fungera. |

|  |  |
| --- | --- |
| VAD? | Välkomstmöte nya förtroendevalda, inklusive valberedningar (on-boarding) |
| NÄR? | Efter avslutade årsmöten i mars/början av april |
| HUR? | Genomgång intranät, film, utbildningar, verktyg mm. Digitalt eller möten om möjligt |
| VARFÖR? | Välkomna nya förtroendevalda och visa alla möjligheter och verktyg som finns |
| VEM? | Samtliga medarbetare på regionkontoret, Magnus N:son Engelbäck |
| UPPFÖLJNING | Utvärderas efter genomförda möten. |

|  |  |
| --- | --- |
| VAD? | Rekrytering, generera leads |
| NÄR? | Stående punkt vid regionens och föreningarnas styrelsemöten, och gemensamma träffar |
| HUR? | Varje ledamot går igenom egna kontakter |
| VARFÖR? | Genererar nya medlemmar |
| VEM? | Alla regionens föreningarnas styrelseledamöter |
| UPPFÖLJNING | Återkoppling via regionens säljare på riks, PowerBI |

|  |  |
| --- | --- |
| VAD? | Opinionsarbete |
| NÄR? | Löpande |
| HUR? | Använda nationella kampanjer, stomartiklar och pressmaterial. Generera lokalt material i samarbete med föreningarna |
| VARFÖR? | Påverka beslutsfattare, göra skillnad |
| VEM? | Alla medarbetare på regionkontoret, Magnus N:son Engelbäck |
| UPPFÖLJNING | Retreiver |

|  |  |
| --- | --- |
| VAD? | Utvecklad föreningssupport (service i världsklass) |
| NÄR? | Löpande och vid behov |
| HUR? | En god dialog med samtliga föreningar och behovsanpassat stöd och service med hög kvalitet.  Uppmuntra och supporta föreningarna att;  Delta på regionala och nationella träffar  Välkomna nya medlemmar  Dela ut Årets Företagare och Årets Unga Företagare  Årsmöten  Skapa lokala medlemsaktiviteter/nätverksträffar och skicka deltagarlistor till riks |
| VARFÖR? | Underlätta, engagera, ge energi, kunskap och ge verktyg till föreningarna så att deras uppdrag som förtroendevalda förenklas och fokus kan vara på att göra skillnad |
| VEM? | Samtliga medarbetare, Martin Carling |
| UPPFÖLJNING | Uppföljning på ordförandemöten och regionala kickoffer samt vid medlemsenkät |

|  |  |
| --- | --- |
| VAD? | Digitala möten utifrån roll i styrelsen |
| NÄR? | Kvartalsvis under 2021 |
| HUR? | Digitala möten eller fysiska träffar |
| VARFÖR? | Underlätta, engagera, ge energi, kunskap och ge verktyg till föreningarna så att deras uppdrag som förtroendevalda förenklas och fokus kan vara på att göra skillnad. Uppdatera aktuell information samt utbyta erfarenheter |
| VEM? | Alla medarbetare på regionkontoret, Magnus N:son Engelbäck |
| UPPFÖLJNING | Uppföljning efter möten |

|  |  |
| --- | --- |
| VAD? | Föreningarnas valberedningar |
| NÄR? | Hösten 2021 och hösten 2022 |
| HUR? | Bjuda in till möte, digitalt eller fysiskt, gärna flera föreningars valberedningar samtidigt |
| VARFÖR? | Skapa kunskap och förutsättningar för ett lyckat uppdrag |
| VEM? | Magnus N:son Engelbäck |
| UPPFÖLJNING | Utvärdering efter genomförd träff |

# verksamhetsplan 2021–2022 HANDLINGSPLAN för FÖRENINGAR:

# Företagarna Österlen

Riksorganisationens mål för medlemstillväxt är 2,5 %.

## Föreningens mål för medlemstillväxt: 10 %

För att ta del av tillväxtfonden 2021 ska föreningen nettoöka sitt medlemsantal (exklusive heders- och studentmedlemmar) med minst 2 %.

Handlingsplanen gör att vi arbetar på samma sätt i hela organisationen och att vi är anpassningsbara till det som händer i vår omvärld. Frågorna som är kopplade till varje aktivitet säkerställer att det vi gör leder till att vi når våra mål.

VAD Beskriv aktiviteten kortfattat.

NÄR Datum eller period när aktiviteten ska genomföras.

HUR Beskriv hur aktiviteten är tänkt att genomföras.

VARFÖR Beskriv syftet med aktiviteten och vad den ska leda till kopplat till målen.

VEM Ange vem eller vilka som är ansvariga för aktiviteten.

UPPFÖLJNING Datum eller period och form för uppföljning.

## STOLTA MEDLEMMAR

## MÅL: NPS, NYREKRYTERING, LOJALITET

## FOKUSOMRÅDEN: UPPLEVELSE, VÄRDESKAPANDE, BERÄTTANDE

|  |  |
| --- | --- |
| VAD? | Digitala möten i olika former. Synliggöra medlemmar genom att erbjuda gratis föreläsningar. När möjligt även fysiska träffar. Walk and talk |
| NÄR? | Ha minst en intressant aktivitet för medlemmarna varje månad. Walk and talk 2:a måndagen varje månad. Regelbundet under verksamhetsåret. Visa riksorganisationen livesändningar. |
| HUR? | Digitalt och om möjligt i fysisk form |
| VARFÖR? | Varje medlem skall känna att den är med i ett sammanhang som värnar om företagande. Veta vilka förmåner som finns och vilken hjälp de kan få. |
| VEM? | Den i styrelsen som är ansvarig för eventet |
| UPPFÖLJNING | På nästkommande styrelsemöte |

|  |  |
| --- | --- |
| VAD? | Opinionsbildning och regelbunden kontakt med våra politiker. Medverkan i kommunens Näringslivsråd |
| NÄR? | Se till att alltid någon från styrelsen är representerad på Näringslivsrådets träffar. Ordna aktiviteter i samband med riksorganisationens kampanjer. |
| HUR? | ”Tårtkampanj” Träffar våra politiker och framför aktuella företagsfrågor som rör våra medlemmar. Medverkan i Näringslivsrådet |
| VARFÖR? | Lokalpolitisk påverkan för att förenkla och förbättra för företagare i kommunen. |
| VEM? | Alla i styrelsen med ledning av den näringslivsansvarige |
| UPPFÖLJNING | På nästkommande styrelsemöte |

## STOLTA FÖRTROENDEVALDA

## MÅL: NPS

## FOKUSOMRÅDE: GÖRA SKILLNAD

|  |  |
| --- | --- |
| VAD? | Delta på regionens och riksorganisationens sammankomster för förtroendevalda |
| NÄR? | När tillfälle ges |
| HUR? | Antingen genom digital medverkan eller resa till plats. |
| VARFÖR? | För att hålla styrelsens engagemang på topp |
| VEM? | Alla våra förtroendevalda |
| UPPFÖLJNING | Efterkommande styrelsemöte |

|  |  |
| --- | --- |
| VAD? | Använda Företagarnas promotionmaterial |
| NÄR? | Vid varje sammankomst, digital som fysisk |
| HUR? | Vi använder ”pin” och visar att vi är medlemmar. Tröjor och annat som gör oss stolta förtroendevalda. |
| VARFÖR? | Känna stolthet. Jag har ett förtroende som jag är stolt över. |
| VEM? | Alla våra förtroendevalda |
| UPPFÖLJNING | På en gemensam middag eller annat trevligt. |